

المعهد العربي للتخطيط بالكويت
Arab Planning Institute - Kuwait
منظمة عربية مستقلة

جسر التنمية

الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات

سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية
العدد الخمسون ـ شباط/فبراير 2006 ـ السنة الخامسة





المعهد العربي للتخطيط بالكويت
ص.ب : 5834 الصفاة 13059 - دولة الكويت
هاتف : 4848754 - 4844061 - 4843130 - (965)
فاكس : 4842935

P.O.Box : 5834 Safat 13059 State of Kuwait
Tel : (965) 4843130 - 4844061 - 4848754
Fax : 4842935

E-mail ; api@api.org.kw
web site : http //www.arab-api.org

أهداف "جسر التنمية"

إن إتاحة أكبر قدر من المعلومات والمعارف لأوسع شريحة من أفراد المجتمع، يعتبر شرطا أساسياً لجعل التنمية قضية وطنية يشارك فيها كافة أفراد وشرائح المجتمع وليس الدولة أو النخبة فقط. وكذلك لجعلها نشاطاً قائماً على المشاركة والشفافية وخاضعاً للتقييم وللمساءلة.

وتأتي سلسلة "جسر التنمية " في سياق حرص المعهد العربي للتخطيط بالكويت على توفير مادة مبسطة قدر المستطاع للقضايا المتعلقة بسياسات التنمية ونظرياتها وأدوات تحليلها بما يساعد على توسيع دائرة المشاركين في الحوار الواجب إثارته حول تلك القضايا حيث يرى المعهد أن المشاركة في وضع خطط التنمية وتنفيذها وتقييمها من قبل القطاع الخاص وهيئات المجتمع المدني المختلفة، تلعب دوراً مهماً في بلورة نموذج ومنهج عربي للتنمية يستند إلى خصوصية الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمؤسسية العربية، مع الاستفادة دائماً من التوجهات الدولية وتجارب الآخرين.

والله الموفق لما فيه التقدم والإزدهار لأمتنا العربية،،،

د. عيسى محمد الغزالي

مدير عام المعهد العربي للتخطيط بالكويت

قائمة اصدارات "جسر التنمية"

العنوان	المؤلف	رقم العدد
مفهوم التنمية	د. محمد عدنان وديع	الأول
مؤشرات التنمية	د. محمد عدنان وديع	الثاني
السياسات الصناعية	د. أحمد الكواز	الثالث
الفقر: مؤشرات القياس والسياسات	د. علي عبدالقادر علي	الرابع
الموارد الطبيعية واقتصادات نفاذها	أ. صالح العصفور	الخامس
استهداف التضخم والسياسة النقدية	د. ناجي التوني	السادس
طرق المعاينة	أ. حسن الحاج	السابع
مؤشرات الأرقام القياسية	د. مصطفى بابكر	الثامن
تنمية المشاريع الصغيرة	أ. حسان خضر	التاسع
جداول المدخلات المخرجات	د. أحمد الكواز	العاشر
نظام الحسابات القومية	د. أحمد الكواز	الحادي عشر
إدارة المشاريع	أ. جمال حامد	الثاني عشر
الاصلاح الضريبي	د. ناجي التوني	الثالث عشر
أساليب التنبؤ	أ. جمال حامد	الرابع عشر
الادوات المالية	د. رياض دهال	الخامس عشر
مؤشرات سوق العمل	أ. حسن الحاج	السادس عشر
الاصلاح المصرفي	د. ناجي التوني	السابع عشر
خصخصة البنى التحتية	أ. حسان خضر	الثامن عشر
الأرقام القياسية	أ. صالح العصفور	التاسع عشر
التحليل الكمي	أ. جمال حامد	العشرون
السياسات الزراعية	أ. صالح العصفور	الواحد والعشرون
اقتصاديات الصحة	د. علي عبدالقادر علي	الثاني والعشرون
سياسات أسعار الصرف	د. بلقاسم العباس	الثالث والعشرون
القدرة التنافسية وقياسها	د. محمد عدنان وديع	الرابع والعشرون
السياسات البيئية	د. مصطفى بابكر	الخامس والعشرون
إقتصاديات البيئة	أ. حسن الحاج	السادس والعشرون
تحليل الأسواق المالية	أ. حسان خضر	السابع والعشرون
سياسات التنظيم والمنافسة	د. مصطفى بابكر	الثامن والعشرون
الأزمات المالية	د. ناجي التوني	التاسع والعشرون
إدارة الديون الخارجية	د. بلقاسم العباس	الثلاثون
التصحيح الهيكلي	د. بلقاسم العباس	الواحد والثلاثون
نظم البناء والتشغيل والتحويل B.O.T.	د. أمل البشبيشي	الثاني والثلاثون
الاستثمار الأجنبي المباشر : تعاريف	أ. حسان خضر	الثالث والثلاثون
محددات الاستثمار الأجنبي المباشر	د. علي عبدالقادر علي	الرابع والثلاثون
نمذجة التوازن العام	د. مصطفى بابكر	الخامس والثلاثون
النظام الجديد للتجارة العالمية	د. أحمد الكواز	السادس والثلاثون
منظمة التجارة العالمية: إنشاؤها وآلية عملها	د. عادل محمد خليل	السابع والثلاثون
منظمة التجارة العالمية: أهم الإتفاقيات	د. عادل محمد خليل	الثامن والثلاثون
منظمة التجارة العالمية: آفاق المستقبل	د. عادل محمد خليل	التاسع والثلاثون
النمذجة الإقتصادية الكلية	د. بلقاسم العباس	الأربعون
تقييم المشروعات الصناعية	د. أحمد الكواز	الواحد والأربعون
المؤسسات والتنمية	د. عماد الامام	الثاني والأربعون
التقييم البيئي للمشاريع	أ. صالح العصفور	الثالث والأربعون
مؤشرات الجدارة الإئتمانية	د. ناجي التوني	الرابع والأربعون
الدمج المصرفي	أ. حسان خضر	الخامس والأربعون
اتخاذ القرارات	أ. جمال حامد	السادس والأربعون
الإرتباط والانحدار البسيط	أ. صالح العصفور	السابع والأربعون
أدوات المصرف الإسلامي	أ. حسن الحاج	الثامن والأربعون
البيئة والتجارة والتنافسية	د. مصطفى بابكر	التاسع والأربعون
الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات	**د. مصطفى بابكر**	**الخمسون**

للاطلاع على الأعداد السابقة يمكنكم الرجوع إلى العنوان الإلكتروني التالي :

http://www.arab-api.org/develop_1.htm

المحتويــــات

مُقدمـــة. ---------- 2

أولاً: خصائص الصادرات العربية ---------- 2

ثانياً: مفهوم وكيفية تخطيط الصادرات ---------- 3

(أ) مؤشرات التخطيط قصيرة الأجل ---------- 4

(ب) مؤشرات التخطيط متوسط وطويل الأجل ---------- 4

ثالثاً: سياسات وأساليب تنمية الصادرات ---------- 4

(أ) السياسات الصناعية والتجارية التقليدية ---------- 4

(أ-1) السياسات الصناعية والتجارية التقليدية ---------- 4

(أ-2) السياسات الجمركية ---------- 5

(ب) السياسات التوجيهية ---------- 6

(جـ) السياسات الاستراتيجية ---------- 7

رابعاً: دور مؤسسات دعم الصادرات ---------- 8

(أ) مؤسسات الترويج ---------- 9

(ب) مؤسسات التمويل ---------- 9

(جـ) مؤسسات ضمان الصادرات ---------- 10

الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات

إعداد: د. مصطفى بابكر

مقدمة:

تتمثل أبرز التحديات التي تطرحها البيئة العالمية الجديدة في تعزيز القدرة على توليد الدخل واستمرارية النمو في بيئة دولية شعارها البقاء للأفضل. وتستدعي هذه التحديات ضمن أشياء أخرى ضرورة التأقلم والتكيف مع الاتجاهات العالمية في مجالات التقانة، التنظيم الإنتاجي، الإنتاجية، الكفاءة، النوعية والتكلفة، بما يعزز القدرات التصديرية للاقتصاد الوطني وتنافسية منتجاته في الأسواق الدولية. وفي هذا الإطار، تأتي أهمية تطوير وتنمية قطاع الصادرات ليس من ناحية الكم فحسب، بل أيضاً من ناحية النوعية والديناميكية، حيث يعرّف أحد التيارات الحديثة التنافسية الدولية للصادرات على أنها تعني مقدرة البلد على تكوين وامتلاك ميزات تنافسية في سلع ديناميكية يزداد عليها الطلب العالمي.

وتجدر الإشارة هنا إلى التحولات الكبيرة في نظرية التجارة الدولية وظهور ما يعرف بنظرية التجارة الجديدة، التي تركّز على الميزات التنافسية الناتجة من إقتصاديات الحجم والتنويع والسلع المتمايزة بدلاً عن الميزات النسبية الناتجة من وفرة الموارد الأولية كأساس لتفسير التجارة الدولية المعاصرة. ومن هنا تبرز جلياً التحديات التي تواجه صادرات الدول النامية بما فيها البلدان العربية، التي اعتمدت لفترات طويلة في تجارتها الدولية على وفرة الموارد الطبيعية وعنصر العمل.

ولأهمية تنمية وتطوير مثل هذه الميزات التنافسية في الدول النامية وكنتيجة لعدم إرتباطها كما

تستدعي التحديات التي تطرحها البيئة العالمية الجديدة ضرورة التأقلم والتكيف مع الاتجاهات العالمية في مجالات التقانة، التنظيم الإنتاجي، الإنتاجية، الكفاءة، النوعية والتكلفة بما يعزز القدرات التصديرية للاقتصاد الوطني وتنافسية منتجاته في الأسواق الدولية.

أسلفنا بالموقع الجغرافي أو الظروف التاريخية والطبيعية للبلد، تأتي ضرورة وأهمية رسم السياسات والتوجيهات والبرامج وبناء البنى المؤسسية المواتية لتنمية وتحديث قطاع الصادرات، التي يجب أن تبدأ عند مرحلة الإنتاج وتتواصل إلى مراحل التعبئة والنقل والتسويق.

من خلال هذا المنظور، تحاول هذه الورقة إستعراض ومناقشة بعض الأساليب الحديثة لتنمية قطاع الصادرات، وذلك بالتركيز على الوضع في البلدان العربية. وتتناول الورقة تباعاً خاصيات الصادرات العربية، دور ومفهوم وكيفية تخطيط الصادرات، سياسات ترقية قطاع الصادرات ثم ماهية ودور مؤسسات دعم الصادرات.

أولاً- خصائص الصادرات العربية

تتمثل أهم خصائص الصادرات العربية التي تناولتها الأدبيات المعاصرة (أنظر تقرير التنافسية للمعهد العربي للتخطيط 2003) في:

1. التأرجح وعدم الاستقرار في الحصص التصديرية للبلدان العربية رغم أهمية قطاع الصادرات لعدد كبير من هذه الاقتصادات، حيث تتجاوز مساهمته في المتوسط الـ 30% من الناتج المحلي الإجمالي.

2. تآكل الميزات النسبية للأقطار العربية والتي تعتمد على صادرات المواد الأولية والسلع التحويلية البسيطة، نتيجة تحول الطلب العالمي تجاه السلع كثيفة الأحجام والسلع المتمايزة والسلع ذات المهارات العالية.

3. غياب الديناميكية في التركيبة السلعية للصادرات وعدم مسايرة الأقطار العربية لمجريات هيكل التجارة العالمية وتطورات الطلب العالمي.

4. تركز الصادرات في عدد قليل من السلع وعدم قدرة عدد من الدول العربية على المحافظة على حصصها في الأسواق العالمية للسلع التي تتمتع فيها بميزات نسبية ظاهرة.

5. غياب التخصص العمودي في الصناعات وضعف التجارة داخل نفس الصناعة.

6. ضعف عنصر التكنولوجيا كمصدر لتكوين الميزات النسبية.

7. ضعف مساهمة الصادرات البينية في حصيلة الصادرات العربية، حيث لا تتعدى الـ 10%.

كما أشارت الأدبيات أيضاً إلى أن أهم العقبات التي تعترض طريق تنمية وتطوير الصادرات العربية تتمثل في:

1. غياب البرامج والمؤسسات الفعالة لتطوير وتنمية الصادرات في الدول العربية.

2. إعتماد المصدرين في كثير من البلدان العربية على ممارسة التصدير عن طريق الصفقات، وليس عن طريق الإعدادات المتصلة والمستمرة.

3. عدم وجود أنظمة فعالة لتمويل الصادرات.

4. ضعف أنظمة ترويج الصادرات في الخارج.

5. مشكلة النقل الخارجي وارتفاع تكلفته.

6. عدم توفر المعلومات عن الأسواق الخارجية.

7. مشاكل التخزين.

8. العوائق الإدارية الحكومية.

9. التنامي في استخدام المعايير والمواصفات الفنية في الأسواق الدولية، التي أصبحت بمثابة أدوات حماية غير جمركية في أسواق الدول المتقدمة.

10. التحديات التي يفرضها انضمام بعض الدول العربية لاتفاقية منظمة التجارة العالمية في ما يختص بإلغاء الدعومات، وكذلك تأثير سياسة إلغاء نظام الحصص (MFA) على صناعات النسيج والملبوسات، حيث يتوقع إحتدام المنافسة في أسواقها.

تأتي ضرورة وأهمية رسم السياسات والتوجيهات والبرامج وبناء البنى المؤسسية المواتية لتنمية وتحديث قطاع الصادرات لأهمية تنمية وتطوير الميزات التنافسية.

ثانياً- مفهوم وكيفية تخطيط الصادرات

إن تهيئة البيئة النموذجية لتنمية الصادرات لا تقتصر فقط على منح الامتيازات والإعفاءات الضريبية وتسهيل إجراءات التصدير، بل تتعداه لتشمل حزمة متكاملة من السياسات الصناعية والتجارية والتشغيلية ومنظومة إدارية كفوءة تضمن تشخيص وإيجاد الحلول للعقبات التي تواجه المصدر بشكل فوري، على أن يتم ذلك في إطار خطة وطنية تنسجم مع مبدأ تشجيع النشاط التصديري وتعمل على إيجاد التوطين السليم للصناعات التصديرية.

وقد انتهجت العديد من البلدان الصناعية الناشئة في شرق آسيا ككوريا وماليزيا أسلوب التخطيط التوجيهي

المباشر لقطاع الصادرات فيها، وذلك بغرض تنميته وتطويره على أسس متينة. ويتمثل مفهوم تخطيط الصادرات في تحديد، إيجاد ثم توطين الصناعات والأنشطة التصديرية ذات المردود الاقتصادي الجيد وذات القدرة على تعزيز العلاقات التشابكية في الاقتصاد واستغلال ميزات البلد التنافسية.

هناك مجموعتان من المؤشرات تستخدمان في تحديد الهيكل السلعي الأمثل للصادرات، هما: مؤشرات التخطيط قصيرة الأجل ومؤشرات التخطيط متوسط وطويل المدى.

(أ) مؤشرات التخطيط قصيرة الأجل:

تركّز هذه المجموعة على سيولة المشروع التصديري وربحيته وأهم مؤشراتها:

1. العائد من العملات الأجنبية لوحدة التكلفة المحلية:

$$R1 = \frac{X_i}{C_i}$$

حيث X_i حصيلة صادرات السلعة بالعملات الأجنبية.

و C_i تكلفة إنتاج السلعة بالعملة المحلية.

2. صافي العائد من العملات الأجنبية لوحدة التكلفة المحلية:

$$R2 = \frac{X_i - M_{fi}}{C_i - M_{di}}$$

حيث M_{fi} قيمة مستلزمات الإنتاج المستوردة لإنتاج السلعة بالعملة الأجنبية

و M_{di} قيمة مستلزمات الإنتاج المستوردة بالعملة المحلية.

وتبعاً لهذه المؤشرات، فإنه كلما زادت قيمة المؤشر كلما ارتفعت السلعة المصدرة في سلم الأولويات.

(ب) مؤشرات التخطيط متوسط وطويل الأجل:

تستخدم هذه المجموعة في تقييم الصناعات التصديرية المزمع إنشاؤها أو تلك التي يراد تأهيلها وتطويرها، وتتمثل أهم مؤشراتها في:

1. التكلفة المطلوبة للحصول على وحدة من النقد الأجنبي:

$$E = \frac{I + C.\,T}{X_f .\,T}$$

حيث I مقدار الاستثمار بالعملة المحلية.

C تكاليف الإنتاج الجارية بالعملة المحلية.

X_f تصافي العائد السنوي بالعملات الصعبة.

T عدد سنوات استغلال المشروع.

2. مؤشر طول فترة السداد:

$$T = \frac{I_f}{X_f}$$

حيث I_f تكاليف الاستثمار بالعملات الأجنبية.

ويعتري حساب هذه المجموعة من المؤشرات كغيرها من مؤشرات الجدوى المالية للمشروعات عدد من الإشكاليات في الواقع، أهمها، صعوبة التنبؤ باتجاه النفقات والأسعار المحلية والعالمية في الأجل المتوسط والطويل. غير أن حساب مثل هذه المؤشرات يعد أمراً ضرورياً لانتقاء الصناعات والأنشطة التصديرية الواعدة، وبالتالي لرسم البرامج والسياسات التحفيزية والتوجيهية الرامية إلى تعزيز القدرات التنافسية للاقتصاد الوطني.

ثالثاً- سياسات وأساليب تنمية الصادرات

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من السياسات لتنمية قطاع الصادرات:

(أ) السياسات الصناعية والتجارية التقليدية:

(أ-1) سياسات الدعم والإعانات:

بالرغم من البعد الأساسي والهام الذي لعبته

سياسات دعم الصادرات في تنمية صادرات العديد من الدول في الماضي، إلا أن استخدامها بدأ يتقلص تدريجياً نتيجة الجهود العالمية لتحرير التجارة الخارجية وانضمام عدد كبير من دول العالم إلى منظمة التجارة العالمية. أما أهم أشكال الدعم فتتمثل في الدعم المالي المباشر، الاستثناءات الضريبية كالإعفاء من ضريبة الأرباح، الإعانات الخاصة بالمدخلات الوسيطة وإعفاء مستلزمات الإنتاج المستوردة من الرسوم الجمركية أو إعادتها بعد التصدير، تقديم القروض لتمويل الصادرات بأسعار فائدة رمزية، تعديل سعر الصرف للمصدر، والدعم غير المباشر كدعم خدمات المياه والكهرباء للأنشطة التصديرية. وتنتشر في الدول العربية بوضوح جميع أشكال الدعم للصادرات ولغير الصادرات، التي يرجع البعض منها إلى حقبة التصنيع لإحلال الواردات في فترة الخمسينات من القرن الماضي.

ولضمان فاعلية الدعم وتقليل الآثار التشوهية الناتجة عنه، فإن الإطار العام لسياسات دعم الصادرات في الدول العربية يجب أن يأخذ بعين الاعتبار:

1. تقليل عبء الدعم بمراعاة التوطن السليم للصناعات وتفادي التنافس بين الدول العربية.
2. وضع جدول زمني لرفع إنتاجية المشاريع التصديرية وربط مقدار الدعم بذلك.
3. حجب الدعم عن السلع التي لا تغطي أسعارها مستلزمات الإنتاج المستوردة.
4. مرونات العرض في الدولة المصدرة ومرونات الطلب في السوق المستوردة عند تحديد معدل الدعم.
5. حجم الأسواق الخارجية المستهدفة.
6. الاتفاقيات والتفضيلات الجمركية.

(أ-2) السياسات الجمركية:

هناك العديد من الأساليب والأنظمة الجمركية التي تستخدم لتسهيل وتشجيع الأنشطة التصديرية، أشهرها:

إن تهيئة البيئة النموذجية لتنمية الصادرات لا تقتصر فقط على منح الامتيازات والإعفاءات الضريبية وتسهيل إجراءات التصدير، بل تتعداها لتشمل حزمة متكاملة من السياسات الصناعية والتجارية والتشغيلية ومنظومة إدارية كفؤة تضمن تشخيص وإيجاد الحلول للعقبات التي تواجه المصدر بشكل فوري.

1. نظام الدروباك (Drawback) وهو نظام رد الرسوم الجمركية على مستلزمات إنتاج السلعة المصدرة بعد التصدير.
2. نظام السماح المؤقت أو الإعفاء التام للرسوم الجمركية على مستلزمات إنتاج السلعة المصدرة.
3. نظام الإيداع، ويقصد به إيقاف تحصيل الرسوم الجمركية المقررة على مستلزمات إنتاج السلعة المصدرة لفترة زمنية محددة.
4. المناطق الحرة:

يهدف إنشاء المناطق الحرة إلى تشجيع إقامة الصناعات التصديرية، ولأجل هذا الغرض تسعى الدول لجعلها جذابة للاستثمارات وذلك بمنح المشاريع الاستثمارية فيها العديد من الحوافز والمزايا والإعفاءات. وبرغم الانتشار الواسع لمثل هذه المناطق الحرة في الدول العربية في الآونة الأخيرة، إلا أن مساهمتها في دفع عجلة التصنيع التصديري لا تزال محدودة، وذلك لتركيز معظمها على أنشطة التبادل التجاري وتجارة الترانزيت. وقد بدأت بعض الدول العربية مؤخراً، كالأردن ومصر، في توقيع إتفاقيات مع الولايات المتحدة وإسرائيل لإنشاء ما يعرف بالمناطق الصناعية المؤهلة

(Qualified Industrial Zones)، التي تتمتع منتجاتها بتسهيلات كبيرة للوصول لأسواق الولايات المتحدة وبالتالي فرص إضافية لتنمية الصادرات الصناعية لهذه الدول.

ويتوقف نجاح المناطق الحرة بالإضافة إلى الإعفاءات والمزايا الضريبية وغير الضريبية التي تمنح للمستثمرين على جودة البيئة الاستثمارية، التي تتطلب توفر متطلبات الاستثمار من بنى تحتية، مؤسسات وتنظيم إداري جيد. ولكي تحقق المناطق الحرة التنمية المنشودة لقطاع الصادرات، فإنه يجب مراعاة الآتي في تصميم السياسات والأدوات التحفيزية:

- ألا ينافس إنتاج الصناعات التصديرية في المناطق الحرة إنتاج الصناعات المحلية في الأسواق الخارجية والأسواق المحلية.
- عدم منح الترخيص لإقامة صناعة تصديرية في المناطق الحرة قبل التأكد من وجود وجاهزية أسواق التصدير للسلع المنتجة.
- تشجيع الصناعات ذات المحتوى التكنولوجي العالي
- تشجيع الصناعات التي تساهم في تطوير الكوادر الوطنية الإدارية والفنية.
- تشجيع الصناعات التي تتميز باستغلال وفورات الحجم.

(ب) السياسات التوجيهية:

تتمثل السياسات التوجيهية في الإصلاحات والبرامج التي تهدف إلى خلق البيئة المواتية لتنمية قطاع الصادرات، وتأتي أهمية مثل هذه السياسات من حقيقة أن السياسات التجارية والصناعية التقليدية لم تعد ملائمة لدعم القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الدولية أمام عولمة الاقتصادات وتحرير التجارة الدولية. إن تحرير التجارة الخارجية على مستوى الرقابة الجمركية وغير الجمركية يجعل السياسات التنظيمية وإجراءات التجارة الخارجية كإجراءات التصدير والإجراءات الإدارية وإجراءات الرقابة والمعايير التقنية مكونات مهمة في التأثير على تنافسية الصادرات في الأسواق الدولية، وبالتالي فإن دور الدولة في هذا الجانب لا يقل أهمية عن دورها في إطار السياسات التجارية التقليدية.

يتأسس مفهوم السياسة التوجيهية على أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الدولة في تكوين

يتمثل مفهوم تخطيط الصادرات في تحديد، إيجاد ثم توطين الصناعات والأنشطة التصديرية ذات المردود الاقتصادي الجيد وذات القدرة على تعزيز العلاقات التشابكية في الاقتصاد واستغلال ميزات البلد التنافسية.

التقانة وتدريب المهارات، وفي توفير مناخ وطني تنافسي وتهيئة بيئة أعمال ملائمة للمستثمرين الوطنيين والأجانب، تحفز نقل التقانات وأساليب الإنتاج والتنظيم الحديثة. ويسبق تنفيذ مثل هذه السياسات في العادة اختيار قطاعات محورية يتم التركيز عليها في تطوير القدرات التنافسية لقطاع الصادرات، أو ما يعرف بسياسة إنتقاء الرابحين. وعادة ما تتميز مثل هذه القطاعات بمرونات الدخل العالية، عدم التأثر بالمنافسة الدولية، القيمة المضافة العالية، والمكون العالي في نسبة التعلم وإمكانية رفع الإنتاجية والتشابك الاقتصادي مع بقية الاقتصاد.

وتدل تجارب الدول التي انتهجت مثل هذه السياسات على أن رفع القدرات التنافسية للقطاعات المحورية يأتي أساساً من خلال عمليات

إعادة هيكلة وتحديث الصناعة، بشكل يخدم تنافسية صادرات هذه القطاعات. ويتضمن تحديث الصناعة بالإضافة إلى عمليات تقليص الوزن الزائد للمنشآت من تسريح للعمالة الزائدة والتخلص من الأصول غير المنتجة، عمليات ترميم وإعادة هندسة خطوط الإنتاج وذلك بالاستثمار في التقانات الحديثة وتغيير حصص عوامل الإنتاج، بما يكفل زيادة الكفاءة الإنتاجية وتدريب العاملين وإعادة توزيع العمل وتنظيم العمليات الإنتاجية.

وقد تبنت بعض الدول العربية كتونس والمغرب تنفيذ برامج طموحة لتحديث صناعتها، في إطار الاتفاقيات الموقعة مع المجموعة الأوروبية، بهدف رفع قدرات الصناعة فيها على مستويات عدة. فعلى مستوى المنشأة، يهدف التحديث إلى تحسين تنظيم عملية الإنتاج والإدارة، والنهوض بمكونات التصميم والجودة والتسويق واستخدام التقانة الحديثة والنهوض بالعنصر البشري، من خلال برامج التكوين والتدريب الملائمة داخل المنشأة. وعلى مستوى الصناعات، يهدف التحديث إلى توفير خدمات الدعم داخل الصناعة، من خلال تعزيز الروابط وشبكات الاتصال بين مختلف المنشآت ورجال الأعمال وصانعي السياسات في الدولة. أما على المستوى العام، فتهدف سياسات تحديث الصناعة إلى تهيئة مناخ وبيئة أعمال ملائمة من خلال سن القوانين وتعديل التشريعات القائمة في ما يختص بمعايير الجودة وتحسين البيئة القانونية والتنظيمية وتوفير المعلومات وتقديم المشورة ودعم الصناعات في مجالات البحث والتطوير وإنشاء وتعزيز مؤسسات دعم الصادرات.

(ج) السياسات الاستراتيجية:

تستخدم السياسات التجارية والصناعية إستراتيجياً، لتحقيق أهداف رفع القدرات التنافسية للقطاعات المحورية وتعزيز الصادرات في إطار الهامش المسموح به في بنود الاتفاقيات التجارية الدولية بما فيها إتفاقيات منظمة التجارة العالمية. ويتمثل هذا الاستخدام في الربط بين الحوافز المقدمة للصناعات من تخفيضات ضريبية وائتمانية وضمانات مصرفية وخدمات دعم بمعايير الإنجاز في جانب الصادرات من حيث النوعية، الحصص السوقية، المحتوى التقني والقيمة المضافة.

وتستشهد تقارير منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (أونكتاد) بماليزيا كأكثر الدول النامية نجاحاً في انتهاج هذا النوع من السياسات، حيث تشير التجربة الماليزية إلى:

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من السياسات لتنمية قطاع الصادرات، السياسات الصناعية والتجارية التقليدية المتعددة. السياسات التوجيهية والسياسات الاستراتيجية.

- إنتهاج حكومة ماليزيا سياسة التعديل المستمر لهياكل وطبيعة الحوافز في ضوء إحتياجات وأهداف التنمية الوطنية.
- الربط العريض بين الحوافز وتقديم التسهيلات المخصصة لتنمية المهارات وترقية التقانة، حيث تمكنت الحكومة الماليزية من خلال هذا الربط من إستغلال إستراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات في تحسين قدرات ماليزيا التنافسية.
- الانتقال التدريجي في هيكل الحوافز، من التشجيع العام للصادرات إلى التركيز المحدد على الصادرات عالية التقانة.
- تركّز الاهتمام في السبعينات حول الصناعات كثيفة الاستخدام لعنصر العمل والموجهة للتصدير، حيث تم إنشاء عشر مناطق حرة لجذب الاستثمارات الأجنبية في قطاع النسيج، وشملت الحوافز والتسهيلات:
  - خدمات البنية الأساسية المدعومة.
  - تسريع الإجراءات الجمركية.

- الإعفاءات من رسوم الجمارك والضرائب على الصادرات.

- إعفاء المناطق الحرة من قوانين الملكية.

• تم في الثمانينات تحديث نظام الحوافز لتشجيع الاستثمار في مجال الصادرات، حيث شمل:

- إعفاءات ضريبية لفترة خمس سنوات تمدد إلى خمس سنوات أخرى لأنشطة التصدير في قطاع الإلكترونيات.

- إستقطاعات ضريبية للاستثمار.

- علاوة تصدير.

- إستقطاعات مضاعفة لمصروفات ترويج الصادرات.

- إعفاءات من رسوم الواردات للشركات التصديرية.

- السماح لملكية أجنبية كاملة للمشاريع التي تصدر أكثر من 80% من إنتاجها.

• تمّت في التسعينات مراجعة وإعادة توجيه الحوافز بهدف تشجيع وتنمية الصناعات ذات القدرات التنافسية حيث تم:

- إلغاء الحوافز غير الفعالة وتلك التي تتعارض مع إتفاقية منظمة التجارة العالمية.

- منح حوافز خاصة لتشجيع المشاريع الاستراتيجية والمشاريع عالية التقانة، البحوث والتطوير، التدريب والمشاريع الداعمة للتشابك الصناعي.

- إستخدام أربعة معايير إنجاز لتقييم طلبات منح الحوافز:

1. قيمة مضافة 30 - 50%.

2. محتوى محلي بنسبة 20 - 50%.

3. مستوى تقانة مقاس بعدد المشرفين الإداريين والفنيين.

4. مستوى التشابك الصناعي.

يتأسس مفهوم السياسة التوجيهية على أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الدولة في تكوين التقانة وتدريب المهارات وفي توفير مناخ وطني تنافسي وتهيئة بيئة أعمال ملائمة للمستثمرين الوطنيين والأجانب تحفز على نقل التقانات وأساليب الإنتاج والتنظيم الحديثة.

رابعاً- دور مؤسسات دعم الصادرات

تؤدي مؤسسات وآليات تنمية الصادرات المتعلقة بالترويج والتمويل والضمان دوراً كبيراً في دعم القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الخارجية، وينطبق ذلك على الدول الصناعية والنامية على السواء، مع تأكيد الحاجة الملّحة لهذه الآليات بالنسبة للدول النامية لزيادة صادراتها وتسهيل إندماجها في الأسواق الدولية. ويشكّل تمويل الصادرات بشروط ميسّرة في مختلف مراحل العملية التصديرية عاملاً أساسياً في تعزيز القدرة التنافسية، لأنه يسمح للمصدر بمنح تسهيلات في الدفع للمستوردين، وهو ما يعتبر شرطاً مهماً في التعاملات التجارية. أما الضمان فيسهم في تذليل المخاطر التجارية المرتبطة بتعبئة، شحن وتسليم البضاعة للمشتري وتحصيل قيمة البضاعة والمخاطر غير التجارية المرتبطة بالعوامل السياسية والعسكرية، والتي قد تعوق إكمال العملية التصديرية أو تحصيل الدفع. كما يسهم الضمان أيضاً في حل مشكلة التمويل بشكل غير مباشر، إذ يشجّع وجود ضمان جهة

مستقلة ذات مصداقية عالية البنوك التجارية على خصم الأوراق التجارية التي يحصل عليها المصدر مقابل قيمة صادراته، كما يؤدي الضمان إلى تشجيع المصدرين والمنتجين على ارتياد أسواق جديدة وتوسيع دائرة المستوردين الذين يتعاملون معهم.

(أ) مؤسسات الترويج:

تلعب مؤسسات ترويج الصادرات دوراً أساسياً وهاماً في ترقية وتنمية قطاع الصادرات، خاصة في الدول النامية، التي يفتقر فيها العديد من المنتجين والمصدرين للمعلومات والخبرات الكافية لارتياد الأسواق العالمية. وقد ازداد عدد هذه المؤسسات وتوسعت قدراتها الفنية والمالية بصورة ملحوظة خلال حقبة التسعينات (أونكتاد 1995)، وذلك بفضل الجهود الوطنية والعالمية الرامية إلى زيادة مشاركة الدول النامية في التجارة الدولية وتعزيز القدرات التنافسية لمنتجاتها الوطنية. وقد ارتبطت فلسفة إنشاء هذه المؤسسات بهدفين رئيسيين، هما: تقديم المساعدة الفنية للمصدرين، والتنسيق بين القطاعين العام والخاص في ما يتعلق بانعكاسات التجارة الخارجية على الاقتصاد القومي. أما على أرض الواقع، فقد تنوعت أنشطة هذه المؤسسات واختلفت باختلاف الأقطار، وتعدت في كثير من الأحيان الهدفين الأساسيين المذكورين إلى أهداف أخرى كالتمويل والمشاركة الفعلية في العمليات التصديرية. وقد شملت على وجه التحديد أنشطة مؤسسات ترويج الصادرات التالية:

- التدريب على كيفية التعامل مع القوانين والتشريعات المحلية والدولية، إدارة عمليات التصدير، المتطلبات الصناعية وبناء القدرات التنظيمية.
- إدارة الجودة واستيفاء المواصفات العالمية للامتياز.
- المساعدة في تحديد الأسواق ذات الجدوى الاقتصادية.
- تقديم الاستشارات الفنية أو الإدارة المباشرة لعمليات التصدير.
- تحديد السلع والخدمات ذات القابلية التصديرية، ودعم الأعمال في إنشاء أنشطة تصديرية لهذه السلع والخدمات.
- الترويج للمنتجات الوطنية في الأسواق العالمية.
- تطوير المنتج وتحسين تصميمه.
- تقديم التمويل المباشر لعمليات التصدير أو تسهيل النفاذ للأسواق المالية.
- توفير المعلومات عن الفرص التجارية، المعارض، فرص التدريب والبيانات الإحصائية.

تؤدي مؤسسات وآليات تنمية الصادرات المتعلقة بالترويج والتمويل والضمان دوراً كبيراً في دعم القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الخارجية.

أما على الصعيد العربي، فبالرغم من تأخر العديد من البلدان العربية في هذا المضمار، إلا أن عدداً من الدول العربية قد شهد قيام مثل هذه المؤسسات (أنظر جدول (1)). وعلى مستوى الأنشطة، فيلاحظ قيام مؤسسات ترويج الصادرات في الدول العربية بمعظم الأنشطة المذكورة أعلاه، كما تشير لذلك المقارنة التي يوردها جدول (2)، والتي تضمنت إضافة للدول العربية بعض دول العالم التي لديها مؤسسات نشطة في مجال الترويج كالولايات المتحدة، نيوزيلندة والفلبين. أما بالنسبة لمردود تلك الأنشطة على مستوى المنتجين والمصدرين، فتشير الإحصائيات القليلة المتوفرة عن مسوحات المصدرين، إلى ضعف فعالية هذه المؤسسات وعدم قدرتها على توصيل خدماتها لعدد كبير من المصدرين وخاصة صغار المصدرين.

(ب) مؤسسات التمويل:

- على المستوى الوطني هناك عدد من الدول العربية لديها مؤسسات وطنية متخصصة في تمويل الصادرات

كمصر، الأردن، المغرب، عُمان، تونس والسعودية، غير أن هذه المؤسسات تعاني بدرجات مختلفة من محدودية مواردها ومحدودية نطاق أنشطتها التمويلية. كما أن هناك بنوكاً تجارية أدت الإصلاحات المصرفية الأخيرة إلى تحسين كفاءتها التمويلية، غير أن تمويلها لأنشطة التصدير لازالت تكتنفه العديد من العقبات، كتركيزها على التمويل قصير الأجل وتقديرها المتحفظ بشأن المخاطر الائتمانية للعمليات التصديرية، مما انعكس في الارتفاع النسبي لتكلفة التمويل والمطالبة بوجود ضمان إضافي لعمليات التمويل.

• على المستوى الإقليمي هناك عدد محدود من المؤسسات التي تقوم بتقديم التمويل لقطاع الصادرات في الدول العربية، مثل : البنك الإسلامي للتنمية، برنامج تمويل التجارة العربية، الشركة العربية للاستثمار، مؤسسة الخليج للاستثمار والبنك الأفريقي للاستيراد والتصدير. أما عن طرق التمويل فتختلف من مؤسسة إلى أخرى، فمثلاً يقوم البنك الإسلامي للتنمية بتوفير التمويل المباشر للمصدرين من الدول الأعضاء، بينما يقوم برنامج تمويل التجارة العربية بإعادة تمويل إئتمان الصادرات لأنشطة التجارة البينية بين الدول العربية. وبالنسبة لقنوات التمويل، يستخدم كل من البنك الإسلامي للتنمية وبرنامج تمويل التجارة العربية بنوكاً تجارية تحددها وزارات المالية أو البنوك المركزية في الدول الأعضاء كوكلاء لمنح التمويل نيابة عنهما. وأما عن كفاية التمويل الممنوح، فتشير الإحصائيات إلى أن جملة تمويل البنك الإسلامي للتنمية المباشر للتجارة البينية العربية قد بلغت في عام 1995 حوالي 240 مليون دولار أمريكي، وبلغت جملة تمويل برنامج تمويل التجارة العربية حوالي 70 مليون دولار مقارنة بحجم التجارة البينية للدول العربية البالغ حوالي 16 بليون دولار لنفس العام. أي أن مجموع ما ساهمت به المؤسستان من تمويل للتجارة البينية لم يتعد الـ 4% من جملة التجارة البينية في الدول العربية.

(ج) مؤسسات ضمان الصادرات:

• على المستوى الوطني، هناك ثلاث مؤسسات وطنية لضمان الصادرات، هي: الشركة المصرية لضمان إئتمان الصادرات، الشركة الأردنية لضمان القروض ووكالة ضمان تمويل الصادرات العُمانية، التي تعتبر الأقدم بين المؤسسات الثلاث، حيث تم إنشاؤها في عام 1991 .

• على المستوى الإقليمي، هناك ثلاث مؤسسات كبيرة تعمل في مجال توفير ضمان الصادرات للدول العربية، هي : المؤسسة العربية لضمان الاستثمار برأس مال قدره 100مليون دولار أمريكي، المؤسسة الإسلامية لتأمين الاستثمار وإئتمان الصادرات التابعة لمجموعة البنك الإسلامي للتنمية التي أنشئت في عام 1994 برأس مال قدره 126مليون دولار أمريكي، والوكالة الأفريقية لتأمين التجارة والتي أنشئت مؤخراً بتمويل من البنك الدولي مقداره 105مليون دولار أمريكي.

• أما على المستوى الدولي، فهناك وكالة ضمان الاستثمار (MIGA) التابعة لمجموعة البنك الدولي والتي أنشئت في عام 1988 برأس مال مقداره بليون دولار أمريكي، إتحاد بيرن وإتحاد الائتمان كوفاس الذي لديه عدد من الوكالات في الدول العربية كتونس (شركة كوتناس)، الجزائر (شركة كاقكس)، المغرب (شركة اسماكس)، مصر، الأردن ، الكويت، عُمان، والسعودية.

جدول (1) مراكز تشجيع وترويج الصادرات في بعض الدول العربية

	الدولة	المركز	سنة التأسيس	الموقع الالكتروني
1	تونس	مركز تشجيع الصادرات التونسية CENTER FOR PROMOTION OF EXPORTS (CEPEX)	1973	www.cepex.nat.tn
2	الأردن	مؤسسة تنمية الصادرات والمراكز التجارية الأردنية JORDAN EXPORT DEVELOPMENT & COMMERCIAL CENTERS CORPORATION (JEDCO)	1972	www.jedco.gov.jo
3	سوريا	المؤسسة العامة لمركز التجارة الخارجية (تابع لوزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية) FOREIGN TRADE CENTER (FTC)	1978	www.syrecon.org
4	عُمان	المركز العُماني لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات THE OMANI CENTER FOR INVESTMENT PROMOTION AND EXPORT DEVELOPMENT (OCIPED)	1996	www.ociped.com
5	السعودية	مركز تنمية الصادرات السعودية SAUDI EXPORT DEVELOPMENT CENTER (SEDC)	1985	www.sedc.org.sa
6	المغرب	المركز المغربي لترويج الصادرات MOROCCAN CENTER FOR EXPORT PROMOTION (CMPE)	1981	www.CMPE.org.ma
7	مصر	المركز المصري لتشجيع الصادرات Egyptian Export Promotion Centre (EEPC)	1997	www.eepc.org
8	فلسطين	مركز التجارة الفلسطيني Palestine Trade Centre (PALTRADE)	1998	www.paltrade.org
9	البحرين	هيئة التشجيع والتسويق البحرينية Bahrain Promotions and Marketing Board (BPMB)	-	www.bpmb.com
10	الجزائر	المكتب الجزائري لترويج التجارة الخارجية Office Algerien de Promotion du Commerce Exterieur (PROMEX)	-	www.promex.dz

جدول (2) بعض الخدمات التي تقدمها مؤسسات تشجيع الصادرات في الدول العربية مقارنة ببعض الدول الأجنبية

	تونس	الأردن	سوريا	عُمان	السعودية	المغرب	الفلبين	نيوزيلنده	الولايات المتحدة الأمريكية
1. التدريب									
• القواعد والنظم	X	X			X	X	X	X	X
• الإدارة وعملية التصدير	X	X			X	X	X	X	X
• صناعة محددة						X	X		X
• قدرات تنظيمية ثابتة		X					X	X	X
2. مراقبة النوعية		X	X	X	X		X		
3. تحديد الأسواق	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4. الإدارة	X	X						X	X
5. الوصول								X	
6. التشجيع	X	X	X	X	X	X	X	X	X
7. التمويل	X	X		X	X		X	X	X

جدول (3) مؤسسات تمويل الصادرات في الدول العربية

(1) المؤسسات الوطنية

(أ) البنوك التجارية (في كل الدول العربية)

(ب) مؤسسات التمويل المتخصصة

الدولة	البنك	سنة التأسيس	الموقع على الشبكة
الأردن	بنك الصادرات والتمويل EXPORT & FINANCE BANK	1996	www.efbank.com.jo
السعودية	برنامج الصادرات السعودية في الصندوق السعودي للتنمية	1999	www.sep.gove.sa
تونس	البنك العربي التونسي-الليبي للتنمية والتجارة الخارجية		
الجزائر	بنك الجزائر الخارجي		
مصر	بنك تنمية الصادرات EXPORT DEVELOPMENT BANK		
المغرب	بنك المغرب للتجارة الخارجية (BMCE)		
موريتانيا	بنك موريتانيا للتجارة الخارجية		

(2) المؤسسات الإقليمية

البنك	سنة التأسيس	الموقع على الشبكة
البنك الإسلامي للتنمية	1975	www.isdb.org
برنامج تمويل التجارة العربية	1989	www.atfp.org.ae
الشركة العربية للاستثمار	1974	www.taic.com
مؤسسة الخليج للاستثمار	1983	www.gic.com.kw
المؤسسة العربية المصرفية	1980	www.arabbanking.com
البنك الأفريقي للاستيراد والتصدير	1993	www.afreximbank.com

جدول (4) مؤسسات ضمان الصادرات في الدول العربية

(1) المؤسسات الوطنية

الدولة	المؤسسة أو الشركة	سنة التأسيس	الموقع على الشبكة
الأردن	الشركة الأردنية لضمان القروض JORDAN LOAN GUARANTEE CORP. (JLGC)	1994	www.jlgc.com
عُمان	وكالة ضمان ائتمان الصادرات EXPORT CREDIT GUARANTEE AGENCY	1991	www.ecgaoman.com
مصر	شركة ضمان ائتمان الصادرات المصرية EXPORT CREDIT GUARANTEE COMPANY OF EGYPT (ECGE)		www.egyptguide.net/ecge
تونس	الشركة التونسية لضمان الصادرات (COTUNACE)		www.COTUNACE.com.tn
الجزائر	الشركة الجزائرية لضمان الصادرات (GAGEX)		
المغرب	الشركة المغربية لضمان الصادرات SOCIETE MAROCAINE D'ASSURANCE A L'EXPORTATION (SMAEX)		www.SMAEX.com

(2) المؤسسات الإقليمية		
المؤسسة	سنة التأسيس	الموقع على الشبكة
المؤسسة الإسلامية لتأمين الاستثمار وائتمان الصادرات (ICIEC)	1994	www.isdb.org
المؤسسة العربية لضمان الاستثمار (IAIGC)	1975	www.iaigc.org
الوكالة الأفريقية لتأمين التجارة	2001	www.ati-aca.com
(3) المؤسسات الدولية		
المؤسسة	سنة التأسيس	الموقع على الشبكة
اتحاد بيرن	1934	www.berneunion.org.uk
اتحاد الائتمان	1992	www.COFACE.com
وكالة ضمان الاستثمار المتعددة (MIGA)	1988	www.MIGA.org

المراجع العربية

- زروق، جمال (1999)، "واقع السياسات التجارية العربية وآفاقها في ظل اتفاقية منظمة التجارة العالمية"، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، 1، 7-45، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
- صندوق النقد العربي (2002)، التجارة الخارجية للدول العربية 1990-2000، أبوظبي، دولة الإمارات العربية المتحدة.
- المعهد العربي للتخطيط (2003)، تقرير التنافسية العربية، الكويت.
- النجار، سعيد (تحرير) (1992)، "سياسات التجارة الخارجية والبينية للبلاد العربية"، صندوق النقد العربي، أبوظبي، دولة الإمارات العربية المتحدة.

المراجع الانكليزية

- Al Yousif, Y. (1997), Exports and Economic Growth: Some Empirical Evidence from the Arab Gulf Countries, Applied Economics, 29, 693-97.
- Blassa, B. (1985), Exports Policy Choice and Economic Growth in Developing Countries after the 1973 Oil Shock, Journal of Development Economics, May/June, 23-35.
- Krugman, P. (1986), Strategic Trade Policy and the New International Economics, Cambridge, MIT Press.
- Rodrignez, F. and D. Rodrik (1999), Trade Policy and Economics: A Skeptic's Guide to Cross-National Evidence, Discussion Paper No. 2143, Centre for Economic Policy Research, London.
- Rodrik, D. (1987), Imperfect Competition, Scale Economics and Trade Policy in Developing Countries, Harvard Kennedy School of Government, Discussion Paper 158D.
- United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD, World Investment Report (1999).